

## Hubungan Kecenderungan Narsistik dengan Gaya Hidup Hedonisme pada Pria Anggota *The Crow* di Kota Bandung

Ummi Mahmudah, Cahyaning Widhyastuti, Dyah Rachman Kuswartanti

Fakultas Psikologi Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: ummimahmudah5599@gmail.com; cahyaning@unibi.ac.id; dyahrachman@unibi.ac.id

### Abstrak

*Emerging adulthood* merupakan kelompok usia yang berada di perubahan usia remaja ke dewasa. Individu dengan kecenderungan narsistik membutuhkan kekaguman dari orang lain dan cenderung focus pada diri sendiri. Selain itu, individu dengan kecenderungan narsistik juga dapat mengarah pada gaya hidup hedonistic, dimana individu akan melakukan berbagai cara untuk mencapai kesenangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonis pada pria yang merupakan anggota *The Crow* di Kota Bandung. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonis. Penelitian ini melibatkan 100 orang laki-laki anggota *The Crow* yang berusia 18-29 tahun. Teknik sampling yang digunakan menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data penelitian menggunakan dua skala, yaitu skala kecenderungan narsistik dan skala gaya hidup hedonis. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis korelasi product moment yang hasilnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonis pada pria anggota komunitas *The Crow* di Kota Bandung ( $p = 0.000$ ).

**Kata Kunci:** kecenderungan narsistik, gaya hidup hedonis, komunitas motor

### Abstract

*The condition of emerging adulthood has crisis vulnerability, especially when individuals are poorly prepared for the social world. In the transition from adolescence to adulthood where individuals are required to correct behaviors during adolescence. Narcissistic tendencies arise from a failure to imitate empathy from parents during a child's early development. Individuals with narcissistic tendencies need admiration and self-focused and personal pleasure which can lead to a hedonistic lifestyle, where the individual will do various ways to achieve his or her pleasure. This study aims to determine the relationship between narcissistic tendencies and hedonistic lifestyles in men who are members of The Crow. The hypothesis proposed is that there is a significant relationship between narcissistic tendencies and a hedonistic lifestyle. The subjects in this study numbered 100 people who had male characteristics, aged 18-29 years and active members of The Crow. Subject capture taken using purposive sampling method. The data collection of this study used two scales, namely the Hedonism Lifestyle Scale and Narcissistic Tendencies. The data analysis technique used is the product moment correlation from Karl Pearson. A correlation coefficient was obtained between narcissistic tendencies and hedonistic lifestyles in men members of The Crow with significance values =  $0.000 < 0.05$ , which means that there is a significant relationship between narcissistic tendencies and hedonistic lifestyles.*

**Keywords:** narcissistic tendencies, hedonistic lifestyle, motor community

## 1 PENDAHULUAN

Setiap orang memiliki hobi dan ketertarikan yang berbeda antar satu individu dengan lainnya. Dari berbagai macam hobi yang dilakukan, salah satunya adalah hobi otomotif dengan menggunakan sepeda motor sebagai media. Individu dengan kesamaan hobi dan kesenangan di bidang otomotif khususnya motor akan berkumpul dalam suatu komunitas (Nurbanaat & Desiningrum, 2018). Hadirnya klub motor berawal dari satu habitat atau ketertarikan yang sama, misalnya merek motor dari satu pabrikan tertentu, semakin banyak produk motor baru yang dibuat maka bisa memicu munculnya komunitas atau klub motor yang baru (Nurhijrah, 2019).

Banyaknya jenis motor membuat orang ingin membentuk suatu komunitas motor atau yang disebut klub motor untuk mempermudah interaksi dengan sesama penghobi motor. Salah satu komunitas motor yang hadir di Bandung adalah *The Crow*. *The Crow* merupakan komunitas motor maxi asal Bandung yang hadir menjadi wadah bagi orang-orang yang ingin menyalurkan hobinya dibidang otomotif yaitu motor. *The Crow* merupakan komunitas motor yang didalamnya di dominasi oleh individu berusia 18-29 tahun, kebanyakan anggota dari *The Crow* ini merupakan pria ditahap *emerging adulthood*. Usia ini masuk ke dalam kategori usia *emerging adulthood* karena individu tengah berada di usia akhir remaja hingga pertengahan dua puluh dan merasa bahwa mereka belum mencapai kedewasaan. Perubahan-perubahan di tahap *emerging adulthood* terjadi baik secara fisik, biologis, psikologis dan sosial. Pada masa ini jika individu *emerging adulthood* yang tidak memperoleh kepuasan dimasa kanak-kanak maka ia akan mencarinya ketika ia dewasa, seperti ketika kecil anak cenderung sering mendapatkan pujian sehingga bisa terbawa hingga dewasa. Ketika ia dewasa ia akan terbiasa dengan mencari pujian dan penghargaan untuk memenuhi kepuasannya. Namun tanpa disadari hal itu membuat anak menjadi cenderung memiliki perilaku narsistik (Pohan, 2017).

Individu dengan kecenderungan narsistik biasanya memiliki kebutuhan akan dikagumi sehingga untuk memenuhi kebutuhan tersebut individu akan masuk kedalam komunitas tertentu untuk menunjukkan bahwa dirinya baik, merasa dirinya luar biasa, ingin dipuji, menjadi pusat perhatian (Akmal & Prahara, 2020). Terdapat perbedaan narsistik antara laki-laki dan wanita yaitu laki-lakicenderung menampilkan kemegahan, kegoisan yang lebih dan kekaguman untuk membangun “perbedaan” mereka dibanding wanita. Sebaliknya wanita, cenderung mengidentifikasi diri agar sesuai dengan orang lain atau dengan ibunya untuk mendapatkan perhatian. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada salah satu anggota ia mengatakan penggunaan *fashion item* yang menjadi gengsi bagi penggunanya yang membuat individu cenderung menggunakan brand untuk memenuhi rasa gengsi dihadapan anggota lainnya seperti penggunaan Arai, Prostreet, erigo yang menjadi *trend* dikalangan komunitas motor sehingga *item* tersebut biasanya digunakan ketika individu berkumpul bersama komunitas motor lainnya seperti aktivitas *summori*, *nightride*, kopdar, *touring*. Narsistik biasanya timbul akibat dari pujian dan penghormatan yang diterima berulang kali dari individu lain, bukan hanya mengenal gejalanya melainkan penyebabnya. Kebutuhan akan kebanggaan yang berlebihan, menuntut suatu hak, dari gaya interpersonal yang bersifat eksploitasi, kurangnya rasa empati, iri pada orang lain atau percaya bahwa orang lain iri hati, serta perilaku dan sikap yang arogan (Halgin & Susan, 2010).

Individu dengan kecenderungan narsistik cenderung mengikuti trend terkini untuk mendapatkan pengaguman dan popularitas sehingga individu cenderung akan menghabiskan aktivitasnya untuk mencari kesenangan duniawi, banyak menghabiskan waktu diluar rumah, suka membeli barang yang *branded*, senang pada keramaian kota, serta suka menjadi pusat perhatian yang bisa mengarahkan pada gaya hidup hedonisme (Setianingtyas, 2021). Gaya hidup hedonisme ini marak terjadi di komunitas motor seperti yang terjadi pada komunitas *The Crow*. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada salah satu anggota *The Crow* mengatakan terdapat beberapa syarat khusus untuk menjadi anggota *The Crow* yaitu diwajibkan minimal dua kali mengikuti kopdar untuk menjadi anggota aktif atau menjadi anggota baru, dan mewajibkan anggotanya untuk menggunakan atribut sebagai identitas nya seperti stiker khusus, dan penggunaan *merchandise*. Dimana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan individu akan melakukan caranya

sendiri melalui perjuangan yang menyesuaikan tempat individu berada, tindakan tersebut dilakukan individu bertujuan untuk mendapatkan kesenangan dan kenikmatan hidup merupakan ajaran atau pandangan dari pengertian hedonisme menurut Takariana (Felicia, Elvinawaty, & Hartini, 2014). Berdasarkan permasalahan di atas, tujuan penelitian ini adalah melihat hubungan antara kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonisme pada pria anggota *The Crow*.

## 2 KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Kecenderungan Narsistik

Kecenderungan narsistik merupakan bentuk *self-love* yang berlebihan. Perilaku narsistik memiliki hubungan dengan sifat tertentu seperti intelegensi, kekuatan dan daya tarik diri (Sembiring, 2017). Individu dengan kecenderungan narsisme cenderung berfokus pada diri sendiri dan kesenangan pribadi dan biasanya tidak adanya kepedulian terhadap perasaan orang lain (Engkus *et al.*, 2017). Suatu kebanggaan tersendiri bagi individu dengan kecenderungan narsistik ketika menjadi sorotan dan mengesankan orang lain (Andi Tenriawaru, 2019). Hal inilah yang membuat individu dengan kecenderungan narsistik berusaha berpenampilan melebihi orang lain (Andi Tenriawaru, 2019). Individu narsistik cenderung membangun konstruk diri untuk mencari kekaguman dari eksternal, di lingkungan sosialnya (Morf & Rhodewalt, 2001).

Menurut Raskin & Terry, 1988 (Hadi *et al.*, 2013) terdapat enam aspek yang mempengaruhi kecenderungan narsistik yaitu:

- 1) *Authority* yaitu mendominasi orang lain dengan lebih senang memimpin atau mengambil keputusan
- 2) *Self-Sufficiency* yaitu percaya diri yang berlebih dan merasa dirinya paling di antara orang lain.
- 3) *Superiority* yaitu keinginan atau perasaan superior untuk menilai orang lain dan merasa derajatnya lebih tinggi dibandingkan orang lain.
- 4) *Exhibitionism* yaitu keinginan untuk menyombongkan sesuatu, bakat atau kelebihan kepada orang lain.
- 5) *Exploitativeness* yaitu mengeksploitasi orang lain demi keuntungan pribadi
- 6) *Entitlement* yaitu akan lebih cenderung untuk memilih sesuai dengan kemauan dirinya tanpa memperhatikan lingkungan.
- 7) *Vanity* yaitu fokus terhadap penampilan fisik

### 2.2 Gaya Hidup Hedonisme

Armstrong & Kotler, 2015 (dalam Akmal & Prahara, 2020) menyebutkan bahwa gaya hidup hedonisme merupakan kecenderungan mencari atau menjadikan kesenangan dan kenikmatan, pola hidup seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar ruangan, senang dengan keramaian kota, senang membeli barang *branded* ataupun mahal hanya untuk kesenangan dan kenikmatan pribadinya. Menurut Guritno, 2018 (Ramdhani, 2020) menuturkan gaya hidup hedonis adalah pandangan hidup seorang individu dengan mencari kebahagiaan sebanyak mungkin dan menghindari perasaan yang tidak menyenangkan. Solomon, 2007 (dalam Tobing, 2020) menambahkan merupakan gaya hidup kebiasaan seorang individu untuk menghabiskan waktunya hanya demi bersenang-senang bersama teman sepermainan dan ingin menjadi pusat perhatian di lingkungannya.

Sejalan dengan hal itu, Reynold & Darden (Wibawanto, 2016) menyebutkan bahwa gaya hidup hedonism memiliki beberapa aspek, yaitu:

- 1) Minat dan kepentingan (*interest*) merupakan individu tertarik dengan hal dari lingkungan dan memperhatikannya. Minat dapat muncul terhadap objek.  
Contoh: *fashion*, makanan, benda-benda mewah, tempat berkumpul dan ingin mendapatkan perhatian lebih.
- 2) Pendapat (*opinion*) merupakan respon yang diberikan terhadap dirinya atau produk yang berkaitan dengan kesenangan hidup. Opini juga menjelaskan apa saja yang diperlukan dan

dilakukan dalam menunjang gaya hidupnya. Contoh: Cara pandang individu untuk membela dan mempertahankan gaya hidupnya.

- 3) Aktivitas atau kegiatan (*activities*) merupakan bagaimana individu melakukan aktivitas yang berwujud tindakan nyata. Contoh: Menghabiskan waktu diluar rumah, membeli barang-barang yang kurang diperlukan, atau pergi ke pusat perbelanjaan dan kafe

### 3 METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018). Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode korelasional yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonisme pada pria anggota *The Crow*. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*.

Penelitian ini, peneliti menggunakan dua buah skala yaitu skala gaya hidup hedonis yang terdiri dari aspek aktivitas, minat, dan opini. Serta skala kecenderungan narsistik. Kemudian peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan metode *tryout* terpakai (uji coba terpakai). Pada metode *tryout* terpakai (uji coba terpakai), penyebaran kuesioner atau pengambilan data dilakukan hanya satu kali saja, dalam arti data subyek yang sudah terkumpul akan digunakan untuk data uji coba atau digunakan sebagai data penelitian. Uji coba terpakai merupakan hasil uji cobanya dari item-item yang sah langsung digunakan untuk menguji hipotesis. Hadi (dalam Kawengian *et al.*, 2021) mengemukakan bahwa uji coba terpakai memiliki kelemahan yaitu jika banyak item yang gugur serta sedikit item yang valid, maka peneliti tidak lagi memiliki kesempatan untuk memperbaiki skalanya.

#### 3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian terhadap normal tidaknya sebaran data yang akan dianalisis. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian normalitas menggunakan Kolmogorov Smirnov. Uji Kolmogorov Smirnov merupakan teknik uji normalitas yang membandingkan antara distribusi data (data yang akan diuji normalitasnya) dengan data baku. Data dikatakan terdistribusi normal jika  $p > 0,05$  dan jika  $p < 0,05$  maka data dikatakan terdistribusi secara tidak normal. Pengujian normalitas data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) version 25 for Windows.

#### 3.2 Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah data variabel X (kecenderungan narsistik) dan variabel Y (gaya hidup hedonisme) memiliki hubungan linier atau tidak. Uji linearitas dalam penelitian dilakukan melalui uji test of linearity dengan melihat nilai signifikansi *deviation from linearity*. Uji ini dilakukan sebagai salah satu syarat dalam analisis korelasional. Pengujian linearitas dalam penelitian ini. Data dapat dikatakan linier apabila nilai  $\text{sig. linearity} < 0,05$  dan jika nilai  $\text{sig. linearity} > 0,05$  maka hubungan yang diperoleh bersifat tidak linear. Peneliti menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) version 25 for Windows.

#### 3.3 Uji Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonisme pada pria anggota *The Crow* dengan jenis penelitian ini yaitu penelitian korelasional yang bertujuan untuk menguji hipotesis tentang ada tidaknya hubungan antara variabel,

maka akan digunakan teknik korelasi *Pearson Product moment* untuk mengukur keeratan hubungan secara linier antara dua variabel yang mempunyai distribusi data normal. Serta menggunakan teknik korelasi Spearman jika data tidak terdistribusi normal dan tidak memenuhi uji linearitas.

## 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Data Demografis

Tabel 1. Data Demografi

Kategori	Kelompok	N	Persentase
1. Umur	18-20	18	18,0%
	21-23	49	49,0%
	24-26	23	23,0%
	27-29	10	10,0%
Total		<b>100</b>	<b>100%</b>
2. Penghasilan	Rp.500.000-1.000.000	30	30,0%
	Rp.1.000.000-5.000.000	47	47,0%
	Rp.6.000.000-10.000.000	17	17,0%
	> Rp.10.000.000	6	6,0%
Total		<b>100</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa peneliti membagi responden kedalam empat kelompok umur. Dari 100 responden yang paling banyak mengikuti *The Crow* ini merupakan responden di rentang usia 21-23 tahun sebesar 49,0% atau terdapat 49 responden dari total keseluruhan. Pada kategori penghasilan, peneliti membagi responden kedalam empat kelompok. Dari 100 responden, responden dengan penghasilan Rp. 1.000.000-5.000.000 memiliki persentase 47,0% atau terdapat 47 responden yang paling banyak mengikuti *The Crow* dari total keseluruhan.

### 4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan suatu data secara statistik seperti nilai rata-rata (*mean*), tertinggi (*max*), terendah (*min*), dan standar deviasi dari masing-masing variabel, yaitu kecenderungan narsistik (X) dan gaya hidup hedonisme (Y). Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui *Google form* kepada individu yang mengikuti *The Crow*, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Deskriptif Statistik

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Kecenderungan narsistik	100	83	199	135,94	25,348
Gaya hidup hedonisme	100	47	122	84,42	15,347

Berdasarkan hasil uji deskriptif diatas (Tabel 2) dapat digambarkan distribusi data yang didapat oleh peneliti adalah: (1) Variabel kecenderungan narsistik (X), dapat dideskripsikan bahwa terdapat nilai minimum sebesar 83 sedangkan nilai maximum sebesar 199, sedangkan nilai rata-rata sebesar

135,94 dan standar deviasi sebesar 25,348. (2) Variabel gaya hidup hedonisme (Y), dapat dideskripsikan bahwa terdapat nilai minimum sebesar 47 dan nilai maximum sebesar 122, sedangkan untuk nilai rata-rata sebesar 84,42 dengan nilai standar deviasi sebesar 15,347.

#### 4.3 Uji Normalitas

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa hasil sebaran data variabel kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonisme berdistribusi normal. Hal tersebut dapat terlihat dari nilai Exact.Sig=0.200 ( $p > 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel menghasilkan sebaran skor yang normal.

#### 4.4 Uji Linearitas

Berdasarkan hasil uji linearitas nilai sig linearity sebesar 0,00 dimana nilai sig  $< 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel yaitu kecenderungan narsistik (X) dan gaya hidup hedonism (Y) memiliki hubungan yang linear yang artinya pola hubungan kedua variabel independent dan dependen akan membentuk garis yang lurus.

#### 4.5 Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh koefisien korelasi antara kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonisme pada pria anggota *The Crow* dengan nilai signifikansi = 0.000  $< 0.05$ , yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonisme. Nilai koefisien korelasi variabel sebesar 0.601 yang berdasarkan tabel 3.6 menunjukkan kategori tinggi. Hal ini berarti bahwa hipotesis H1 diterima yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonisme pada pria anggota *The Crow*.

#### 4.6 Hubungan kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonisme

Berdasarkan hasil data demografis pada penelitian ini responden penelitian sebanyak 100 responden pria anggota *The Crow*, selanjutnya berdasarkan hasil uji Pearson product moment yang terdapat pada dapat dilihat bahwa kecenderungan narsistik memiliki hubungan yang signifikan gaya hidup hedonisme dengan nilai koefisien sebesar 0,601 dengan  $p = 0.000$ , dimana nilai sig  $< 0.05$  yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonisme pada pria anggota *The Crow* yang berarti semakin tinggi kecenderungan narsistik maka semakin tinggi gaya hidup hedonisme begitupun sebaliknya.

Hal ini sejalan dengan penelitian Akmal & Prahara (2020) bahwa terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonisme dengan kecenderungan narsistik. Penelitian tersebut menyatakan kedua variabel memiliki hubungan yang signifikan yang artinya semakin tinggi gaya hidup hedonisannya maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku narsistiknya, begitu pula sebaliknya semakin rendah gaya hidup hedonisme maka semakin rendah kecenderungan narsistik. Individu dengan kecenderungan narsistik tinggi cenderung sensitif terhadap kritikan, fokus pada penampilan fisik untuk mendapatkan pengakuan sehingga penggunaan brand tertentu bisa menjadi hal yang penting, melakukan segala hal untuk mendapatkan pengakuan lewat modifikasi hedon yang paling unik (beda sendiri) dan merasa khusus dibandingkan dengan orang lain. Hal ini juga sejalan dengan teori menurut Sembiring (2017) menyatakan kecenderungan narsistik merupakan bentuk *self-love* yang berlebihan. Individu dengan kecenderungan narsistik cenderung berfokus pada diri sendiri dan kesenangan pribadi dan biasanya tidak adanya kepedulian terhadap perasaan orang lain (Engkus *et al.*, 2017).

Individu dengan ciri kepribadian narsistik dapat dilihat dari perannya sebagai seseorang yang lebih memilih untuk memimpin atau membuat keputusan sendiri lebih sering daripada orang lain.

Orang ini percaya bahwa dirinya memiliki tingkat kemandirian yang tinggi dalam memenuhi kebutuhannya. Superioritas, individu dengan kecenderungan narsistik lebih cenderung percaya bahwa mereka adalah orang terbaik, terhebat, dan paling sempurna, sehingga individu cenderung merasa dirinya lebih beda di dibandingkan anggota *The Crow* lainnya, dan penggunaan brand dirasa penting dalam menunjukkan bahwa dirinya lebih berbeda dibandingkan anggota *The Crow* lainnya. Eksibisionisme, atau praktik menampilkan penampilan fisik seseorang lebih sering untuk mendapatkan pengakuan atas identitasnya dari orang lain (Ramdhani, 2020).

Hal ini sejalan dengan hasil wawancara pada salah satu anggota *The Crow*, yang mengatakan bahwa penggunaan *brand* yang sedang *trend* di kalangan anggota komunitas motor memberikan nilai lebih, sehingga ketika individu bisa memakai brand tersebut, maka ia akan mendapatkan sorotan, ketika adanya pertemuan dengan anggota komunitas lainnya, ia merasa perlu tampil beda dibandingkan dengan orang lain. Penggunaan brand dan fashion item menjadi hal yang utama dalam menunjang penampilannya dihadapan teman teman lainnya.

Menurut Engel *et al* (1994) menyatakan terdapat tiga aspek dari gaya hidup hedonisme yaitu *Activities* (aktivitas), *Interest* (minat), dan *Opinion* (opini). Individu dengan gaya hidup hedonisme yang tinggi menganggap pakaian bukan hanya sekedar berfungsi sebagai penutup diri, namun juga sebagai penanda kelas sosial bagi suatu orang.

Individu cenderung menyukai barang mewah dan juga branded. Bagi mereka yang memiliki sifat hedonis, dengan harga yang tinggi serta brand yang dipakai akan menunjukkan status sosial mereka yang didapatkan nantinya. Untuk mendapatkan barang-barang branded, mereka rela mengeluarkan uang yang tidak sedikit. Meskipun demikian tidak akan menjadi kendala bagi mereka, karena mereka berprinsip lebih baik mengeluarkan uang yang lebih banyak dibandingkan menurunkan status sosial mereka dengan membeli barang yang tidak branded (Reynata *et al.*, 2022).

Menurut Wahidah *et al* (2013) individu dengan gaya hidup hedonisme rendah akan mengisi waktu luangnya dengan kegiatan positif yang berorientasi pada masa depan sebagai individu yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa. Hal ini yang menyebabkan individu bisa mengontrol dirinya dari rangsangan luar dan dorongan dalam diri untuk membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan dan tidak mencari kesenangan semata (Trimartati, 2014).

Hal ini didukung dengan hasil penelitian oleh Mufidah & Wulansari, (2018) yang menunjukkan bahwa individu dengan gaya hidup hedonisme rendah lebih suka menghabiskan waktu di rumah melakukan kegiatan yang bermanfaat, membeli barang-barang yang berguna sesuai dengan kebutuhan, membeli pakaian/sepatu/jam tangan/aksesoris yang sesuai dengan kemampuan dan tidak untuk mendapat validasi. Ketidakbutuhan individu akan validasi, membuat individu tidak merasa perlu memamerkan barang-barang yang dimikinya, tidak merasa diri lebih spesial, dan tidak merasa harus memiliki apa yang individu lain miliki.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa kategorisasi data dalam variabel gaya hidup hedonisme pada pria anggota *The Crow* paling banyak adalah kategori rendah dengan kategori B terdapat 55 responden (55%) yang tergolong rendah, namun yang termasuk kepada kategori tinggi sebanyak 45 responden (45%), hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan dari anggota *The Crow* memiliki gaya hidup hedonisme yang rendah, subjek memiliki minat yang rendah pada penampilan diri, sehingga individu lebih mengutamakan perlengkapan yang benar-benar dibutuhkan sehingga lebih mengutamakan fungsi dibandingkan dengan gaya, seperti memodifikasi sesuai dengan fungsinya, tidak mengutamakan gengsi dari penggunaan brand tertentu dan tidak membutuhkan pengakuan yang berlebihan dari gaya hidupnya di dalam komunitas. Dan banyak dari anggota *The Crow* yang merupakan seorang pelajar, mahasiswa ataupun pekerja, tidak hanya focus pada mencari kesenangan tetapi mempertimbangkan kebutuhan penting lainnya dan tidak hanya memprioritaskan kepentingan hobby dibidang otomotifnya saja dan tidak membutuhkan pengakuan ataupun validasi dari gaya hidup yang ia minati tersebut.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan mengenai kecenderungan narsistik dan gaya hidup hedonisme dapat dikatakan bahwa penelitian ini telah memenuhi tujuannya berdasarkan pada

produser penelitian dan analisis data yang sesuai, yaitu untuk melihat adanya hubungan kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonisme pada pria anggota *The Crow*.

## 5 SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonisme. Hal tersebut dapat dilihat melalui hasil uji korelasi menggunakan product moment yang menunjukkan hasil dengan nilai koefisien sebesar 0,601 dengan  $p = 0.000$ , dimana nilai  $\text{sig} < 0.05$  yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonisme pada pria anggota *The Crow* yang berarti semakin tinggi kecenderungan perilaku narsistik maka semakin tinggi gaya hidup hedonisme begitupun sebaliknya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, A. A. (2020). Gaya Hidup Hedonisme Dengan Kecenderungan Perilaku Narsistik Pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Naskah Publikasi Program Studi Psikologi*.
- Engkus, E., Hikmat, H., & Saminnurahmat, K. (2017). Perilaku narsis pada media sosial di kalangan remaja dan upaya penanggulangannya. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(2), 121–134. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i2.220>
- Kawengian, Y. C., Solang, D. J., & Kapahang, G. L. (2021). Pengaruh Body Shaming Terhadap Tingkat Papakelan Kecamatan Tondano Timur. *Psikopedia*, 2(3), 155–159.
- Mufidah, E. F., & Wulansari, P. S. D. (2018). Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Pascasarjana di Media Sosial. *JKI (Jurnal Konseling Indonesia)*, 3(2), 33–36. <https://doi.org/10.21067/jki.v3i2.246>
- Morf, C. C., & Rhodewalt, F. (2001). Unraveling The Paradoxes of Narcissism: A Dynamic Self-Regulatory Processing Model. *Psychological Inquiry*, 12(4), 177–196. [https://doi.org/10.1207/s15327965pli1204\\_1](https://doi.org/10.1207/s15327965pli1204_1)
- Nurbanaat, H., & Desiningrum, D. R. (2018). Gaya Hidup Anggota Komunitas Dan Klub Motor Kota Semarang Pada Usia Dewasa Awal. *Jurnal EMPATI*, 7(1), 9–15. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.20141>
- Nurhijrah, N. (2019). Kehadiran Subkultur Klub Motor di Ruang Publik Kota Bandung. *Review of Urbanism and Architectural Studies*, 17(1), 43–49. <https://doi.org/10.21776/ub.ruas.2019.017.01.4>
- Pohan, A. L. (2017). *Hubungan Pujian Orang Tua Terhadap Anak Dengan Kecenderungan Perilaku Narsistik Pada Mahasiswa Psikologi Stambuk 2015 Di Universitas Medan Area* (Skripsi, Universitas Medan Area).
- Ramdhani, R. A. A. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Anggota Komunitas Mobil Di Yogyakarta* (Skripsi, Universitas Negeri Semarang).
- Reynata, A. V. E., Fantino, R. A., & Teguh, M. (2022). Perubahan Gaya Hidup Hedonisme pada Kalangan Mahasiswa Rantau Di Kota Surabaya.
- Sembiring, K. D. R. (2017). Hubungan Antara Kesepian Dan Kecenderungan Narsistik Pada Pengguna Jejaring Sosial Media Instagram. *Jurnal Psikologi*, 16(2), 147. <https://doi.org/10.14710/jp.16.2.147-154>
- Sugiyono. (2018). *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Trimartati, N. (2014). Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Angkatan 2011 Universitas Ahmad Dahlan. *PSIKOPEDAGOGIA Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.12928/psikopedagogia.v3i1.4462>
- Wahidah, N. (2013). Pengaruh perilaku konsumtif terhadap gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip UNTAN. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 3(2).